

Tylenol (C) – Ergebnisse

22. November 1982: Executive Committee-Mitglied Arthur Quilty spricht an der Harvard Business School über Tylenol und "The road back". Optimismus machte sich wieder breit. So konnte bereits am 18. November eine neue Verpackung von Tylenol präsentiert werden, die drei additive Schutzmechanismen gegen unbefugtes Öffnen aufwies, beziehungsweise deutlich zeigte, ob eine Packung original verpackt ist. Hinzu kamen 80 Millionen Gutscheine, die in groß angelegten Annoncen über die ganzen Vereinigten Staaten verteilt wurden, und jeweils zum verbilligten Bezug von Tylenol Extrastrength Kapseln berechtigten. Auch die über 2.000 Vertriebsbeauftragten wurden eingespannt: 750.000 hauptberuflich mit Medizin befasste Personen wurden angesprochen und informiert. Der Rückruf der 31 Millionen Kapseln war zwar teuer, doch der Grundtenor war eindeutig „We are coming back“.

Zwar gab es noch Detailprobleme, speziell die Frage nach dem optimalen Timing für das Wiederanlaufen der aktiven Werbekampagne. Ein früher Start würde allenfalls die Erinnerungen an die Affäre wecken, ein später Start der Konkurrenz zu große Vorteile überlassen.

Anfang Dezember 1982 gab es wieder Tylenol-Kapseln in den amerikanischen Drugstores. Und im Gegensatz zu der Konkurrenz wiesen diese Kapseln bereits einen deutlichen Vorteil auf: Die Tatsache, dass es sich hier jetzt um Produkte handelte, die „temper proof“ waren, war bereits deutliches Produktcharakteristikum.